

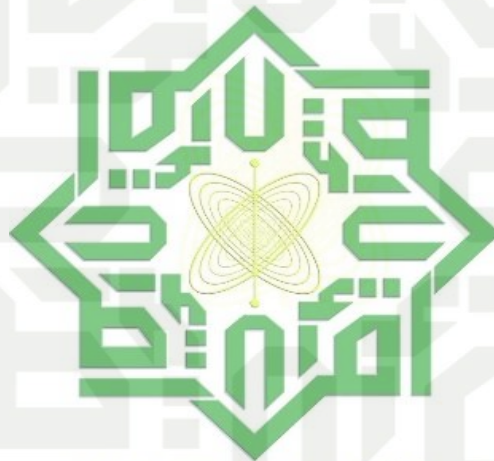
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA  
SERVIS SEPEDA MOTOR DI BENGKEL HONDA AGRO PERKASA  
PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)



**UIN SUSKA RIAU**

Disusun Oleh :

**Risma Wati**

**11625203770**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2020**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA SERVIS SEPEDA MOTOR DI BENGKEL HONDA ARGO PERKASA PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM**, yang diteliti oleh:

**Nama : Rismawati**  
**Nim : 11625203770**  
**Program Studi : Ekonomi Syariah**

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 01 April 2020

Pembimbing Skripsi,

**Nurnasrina, SE., M.Si**

**NIP.19800405200901 2 008**

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة والقانون  
FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuhumadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi :

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA SERVICE SEPEDA MOTOR DI BENGKEL HONDA ARGO PERKASA PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM

Nama Penulis :

RISMAWATI

NIM :

11625203770

Program Studi :

EKONOMI SYARIAH

Telah dimunaqasyahkan pada :

Tgl / Tanggal :

Senin / 4 Mei 2020

Waktu :

08.00 Wib

Dan telah melakukan perbaikan sesuai dengan Catatan dari Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Pekanbaru,

2020

Tim Penguji



1. Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag

(Ketua sekaligus Anggota Penguji)

2. Rozi Andriani, SE.Sy. ME

(Sekretaris sekaligus Anggota Penguji)

3. Dr. Sahpawi, S.Ag., M.Sh

(Anggota Penguji)

4. Dr. H. Johari, M.Ag

(Anggota Penguji)

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.

NIP. 19580712 198601 1 005

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Hak cipta milik UIN Suska Riau  
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam

### ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh asumsi sebagian konsumen yang beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru masih belum maksimal, seperti kurangnya efisiensi waktu pengerjaan kendaraan jasa servis. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pertama, bagaimana pelayanan karyawan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru, kedua, bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru, dan ketiga bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru, Jl. HR Soebrantas A1-A3, Panam, Kec. Tampan, Riau 28293. Dalam penelitian ini populasi adalah pimpinan dan karyawan Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru yang berjumlah 22 orang, serta konsumen Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru pada tahun 2019 berjumlah 1.000 orang. Karena keterbatasan dana dan waktu, maka jumlah sampel pada pihak bengkel ditetapkan dengan teknik *purposive sampling*, dan dari teknik tersebut ditetapkan yaitu, pimpinan bengkel, kepala bengkel, dan kepala mekanik. Sedangkan sampel dari konsumen ditetapkan dengan teknik *accidental sampling* dan ukuran sampel yang diambil sebesar 10%, yaitu sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, angket, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan skala likert. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat baik sampai sangat tidak baik yang disajikan dalam bentuk skor 4, 3, 2, 1.

Hasil penelitian ini adalah bahwa Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru melakukan pelayanan dengan baik berdasarkan konsep kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan indikator keandalan (*reliability*) yang meliputi kedisiplinan, tanggung jawab, dan kemudahan prosedur pelayanan. Cepat tanggap (*responsive*) yang meliputi efisiensi dan kesiapan karyawan. Jaminan (*assurance*) yang meliputi keamanan, pengetahuan, ketelitian, dan kejelasan informasi yang disampaikan karyawan. Empati (*emphaty*) yang meliputi kesopanan dan keramahan. Dan kasat mata (*tangibles*) yang meliputi kemudahan akses, ruang tunggu, peralatan dan penampilan karyawan. Maka diketahui bahwa konsumen Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru puas dengan pelayanan yang diberikan. Dalam pandangan Ekonomi Islam, pelayanan karyawan di



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru sudah memberikan kepuasan terhadap konsumen, seperti kedisiplinan karyawan, tanggung jawab karyawan dalam melakukan servis, serta keramah tamahan karyawan. Namun dalam hal ini yang dilakukan karyawan masih belum sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai syariah karena masih ada beberapa hal yang belum terlaksana dengan baik, seperti kurangnya peralatan yang dibutuhkan karyawan bengkel.



UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuliskan amanah dan nrisalah sehingga kita bisa merasakan nikmatnya iman, Islam, dan ukhuwah.

Skripsi yang berjudul **“Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam”** dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi sehingga syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini banyak sekali bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, sarana dan pikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama pada:

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun material serta memberi semangat kepada penulis yakni Ibunda Mahani dan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ayahanda Syamsuddin, beserta abang dan kakak penulis Lindawati, Fitriyani, Lamsah, dan seluruh keluarga besar lainnya.

Bapak Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin S.Ag., M.Ag selaku rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh jajaran akademika UIN SUSKA Riau.

Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag sebagai dekan Fakultas Syariah dan Hukum, serta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Magfirah, MA sebagai Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.

4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sy, dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak, sebagai ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.

5. Ibu Nurnasrina, SE, M.Si, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Drs. Yusran Sabili, M.Ag, selaku pembimbing akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.

7. Bapak Ermin Wijaya selaku manager bengkel beserta seluruh karyawan Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru yang telah membantu penulis memberikan data dan informasi dalam penyelesaian skripsi ini.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2016 khususnya lokal D yang telah memberikan bantuan berupa motivasi, keceriaan, kebersamaan, berbagai sarana dan solusi sehingga terselesainya skripsi ini.

Sahabat-sahabat penulis skripsi yaitu Siti Rukiyah, Hazizah, Eny Rosita Dewi, Meitry Wahyuni, Evi Ariati Lestari, Putri Diana Sari, Mamluatul Hasanah, Muhammad Zikry, Meliana Safitri dan teman-teman lainnya yang telah memberikan bantuan berupa motivasi, keceriaan, kebersamaan, berbagai saran dan solusi sehingga terselesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan. Semoga Do'a, motivasi, dan semangat yang telah diberikan semua pihak kepada penulis mendapatkan balasan pahala yang berlipat dari Allah SWT, Aamiin...

Pekanbaru,

Penulis

**RISMAWATI**

**NIM: 11625203770**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I            PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Penggunaan Penelitian	9
E. Metode Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	18
<b>BAB II            GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
A. Sejarah Singkat Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru	20
B. Struktur Organisasi dan Manajemen	23
C. Aspek Kegiatan Perusahaan	24
D. Proses Kinerja Servis	24
<b>BAB III            TINJAUAN TEORI</b>	
A. Kepuasan Konsumen	27
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	27
2. Konsep Mengenai Konsumen	29
3. Manfaat Perusahaan Dalam Memperhatikan Kepuasan Konsumen	31
4. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	31

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Analisis Kepuasan Konsumen .....	33
B. Jasa Pelayanan .....	35
1. Pengertian Jasa .....	35
2. Pengertian Pelayanan .....	37
3. Etika Pelayanan .....	41
4. Kualitas Pelayanan .....	43
5. Pelayanan Prima .....	46
C. Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	48

**BAB IV**

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA SERVIS SEPEDA MOTOR DI BENGKEL HONDA ARGO PERKASA PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM**

A. Pelayanan Karyawan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perakasa Pekanbaru .....	52
B. Tingkar Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perakasa Pekanbaru .....	56
C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perakasa Pekanbaru .....	75

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	81
B. Saran .....	82

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Fluktuasi Jumlah Konsumen Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru .....	7
Tabel 1.2	Defenisi Operasional Variabel .....	11
Tabel 4.1	Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Terhadap Keandalan Karyawan ( <i>Reliability</i> ) .....	57
Tabel 4.2	Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Terhadap Ketanggapan Karyawan ( <i>Responsiveness</i> ) .....	59
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Terhadap Jaminan Pelayanan ( <i>Assurance</i> ) .....	62
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Terhadap Empati ( <i>Emphaty</i> ) Karyawan Kepada Konsumen .....	65
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Kuesioner Responden Terhadap Kasat Mata ( <i>Tangibles</i> ) .....	68
Tabel 4.6	Rekapitulasi Kualitas Pelayanan Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru .....	71



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Struktur Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru .....	22
------------	---	----





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya suatu perusahaan merupakan setiap individu yang berada di dalam perusahaan tersebut, sehingga diharapkan dengan perkembangan perusahaan mampu bersaing dan mengikuti kemajuan zaman. Karena itu, tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai dengan baik.<sup>1</sup> Perusahaan akan dapat bersaing dan bertahan dalam kondisi persaingan yang semakin global dan intens.<sup>2</sup> Karena aspek yang sangat penting dalam perumusan strategi dalam perusahaan adalah analisis pesaing yang cerdas.<sup>3</sup>

Jasa yang sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit, mempunyai banyak arti dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk.

Konsumen merupakan orang yang menuntut kita untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan. Kebanyakan konsumen menginginkan layanan yang cepat, baik, murah, dan mudah dari perusahaan. Namun sebaliknya, sering kali konsumen tidak menyadari bahwa perusahaan juga

<sup>1</sup> Veithzal Rivai Zainal, DKK, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 405.

<sup>2</sup> Demawan Wibisono, *Manajemen Kinerja Korporasi dan Organisasi: Panduan Penyusunan Indikator*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 1.

<sup>3</sup> Michael E. Porter, *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 43.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membutuhkan kontribusi dari konsumen.<sup>4</sup> Perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran perilaku dan lingkungan, dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan.<sup>5</sup>

Kepuasan konsumen sendiri dinyatakan sebagai perasaan senang atau kecewanya seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap pelayanan suatu produk atau harapan-harapannya.<sup>6</sup> Kepuasan konsumen juga merupakan konsep yang paling menentukan dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen. Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa, atau merek kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakannya dengan produk, jasa, atau merek tersebut.<sup>7</sup> Tingkat kepuasan konsumen atau ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta oleh atribusi mereka terhadap pelayanan jasa.<sup>8</sup>

<sup>4</sup> Demawan Wibisono, *Op. Cit.*, h.50.

<sup>5</sup> J.Paul Peter, Jerry C.Olcon, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi-1*, (Jakarta: Selemba Empat, 2010), h. 6.

<sup>6</sup> Philip Kotler, Kevin Lana Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Terjemahan Oleh Benjamin Molan*, (Jakarta: Indeks, 2009), h.139.

<sup>7</sup> J.Paul Peter, Jerry C.Olcon, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi-2*, (Jakarta: Selemba Empat, 2010), h. 184.

<sup>8</sup> John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 89.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kini setiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa/layanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pembelian hingga purnabeli.<sup>9</sup>

Untuk memenuhi kebutuhan hidup, manusia berusaha baik melalui aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan.<sup>10</sup>

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.<sup>11</sup> Layanan tersebut haruslah aktif dan dinamis, karena dalam layanan pada dasarnya manusialah yang menjadi sasaran baik secara perorangan, maupun berkelompok dalam bentuk badan atau organisasi. Dengan menyadari aktivitas yang harus ditangani oleh manajemen, maka dapat diharapkan ada dinamika dalam proses manajemen.<sup>12</sup>

Kualitas pelayanan merupakan syarat kelangsungan hidup dari perusahaan penghasil produk atau jasa. Tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan para pengguna jasa

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction Edisi Ketiga*, Yogyakarta: ANDI, 2011), h. 3.

<sup>10</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), Cet-11, Jilid 1, h. 16.

<sup>11</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 15.

<sup>12</sup> Moenir, *Op. Cit.*, h.163.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(pelanggan). Kualitas pelayanan sebagai suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk sesuai dengan ukuran berlaku pada produk untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan orang yang dilayani.<sup>13</sup>

Hubungan antara tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan karyawan sangat erat kaitannya, dimana memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Dalam pandangan Islam, segala sesuatu harus dikerjakan secara baik, teratur dan benar.<sup>14</sup> Dalam Islam juga menjelaskan bahwa jika ingin memberi ataupun memperdagangkan hasil usaha, baik berupa barang atau pelayanan jasa hendaknya yang berkualitas baik. Hal ini sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 267:

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono, *Op. cit.*, h. 54.

<sup>14</sup> Nurrahmi Hayani, *Pengantar Manajemen*, (Pekanbaru: Benteng Media, 2014), h. 110.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dan hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.<sup>15</sup>

Dari ayat ini, dapat dinyatakan bahwa dalam melakukan pelayanan haruslah dengan baik, sebab jika dengan hal yang buruk diri kita sendiripun enggan untuk diberikan layanan yang tidak baik oleh orang lain.

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan merupakan suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip Syariah. Agar suatu pelayanan di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru harus lebih terarah, maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Al-Qur'an & Terjemahan, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 45.

<sup>16</sup> Muhammad, Pengantar Akuntansi Syariah, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999), h. 96.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perusahaan PT. Argo Perkasa merupakan perusahaan otomatis yang berdiri sejak tahun 2016 pada tanggal 30 Mei tepatnya di Jl. Soebrantas, Panam Pekanbaru dengan owner Charlie Arya dan kepala cabang bernama Erwin Wijaya serta jumlah karyawan sebanyak 22 orang.

Dalam rangka untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Bengkel Honda Argo Perkasa harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan memberikan rasa aman kepada konsumen. Karena dengan memberikan pelayanan dan rasa aman yang baik dapat menimbulkan rasa kepuasan konsumen serta menjalin kerjasama dengan Bengkel Honda Argo Perkasa Panam Pekanbaru.<sup>17</sup>

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan di Bengkel Honda Argo Perkasa, bahwa pihak Bengkel Honda Argo Perkasa memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang datang ke bengkel tersebut. Sedangkan dari segi kinerjanya, Argo Perkasa melakukan repair sesuai dengan perintah kerja bengkel, seperti mengerjakan atau memperbaiki kerusakan di motor, memberikan penjelasan tentang kondisi unit setelah dilakukan perbaikan, selalu mengingatkan ke konsumen agar rutin melakukan servis berkala demi menjaga kondisi motor.

<sup>17</sup> Maman Suharman, Kepala Bengkel Honda Argo Perkasa (Via Chat), Wawancara, Pekanbaru, 27 September 2019.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk dapat melihat sejauhmana pihak Bengkel Honda Argo Perkasa melakukan performance atau pelayanan yang baik untuk menarik minat konsumen dilihat dari perkembangannya pada periode 2016-2019 pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Fluktuasi Jumlah Konsumen Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru Periode 2016-2019**

No	Tahun	Jumlah Konsumen	%
1	2016	7.200	
2	2017	11.832	0,64
3	2018	14.000	0,18
4	2019	9.600	

Sumber: PT. Perusahaan Bengkel Honda Agro Perkasa Pekanbaru

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa terjadi kenaikan jumlah konsumen di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru periode 2016-2019 disetiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa bengkel tersebut memiliki sisi kuantitatif yang cukup baik. Namun, dari sisi kualitatifnya masih ada konsumen yang mengeluh dengan sistem pelayanan di Bengkel ini. Seperti yang telah di jelaskan oleh salah satu konsumen yang mengatakan bahwa dia pernah melakukan servis motor di bengkel tersebut, namun pelayanan yang diberikan dalam efesiensi waktu pengerjaan kendaraan terlalu lama sehingga

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menimbulkan rasa bosan oleh konsumen yang ingin melakukan servis.<sup>18</sup> Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti performance dan pelayanan karyawan Bengkel Honda Argo Perkasa dalam melaksanakan persaingan untuk menarik konsumen serta meningkatkan kepuasan konsumen dengan judul **“TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA SERVIS SEPEDA MOTOR DI BENGKEL HONDA ARGO PERKASA PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM.”**

**B. Batasan Masalah**

Agar penelitian yang dilakukan terarah dan sampai pada maksud dan tujuan yang diinginkan, maka penulis membatasi masalah yang dibahas pada penelitian ini hanya mengukur tingkat kepuasan konsumen di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru setelah mengukur sistem pelayanan.

**C. Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan karyawan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru?

<sup>18</sup> Mamluatul Hasanah, Konsumen, Wawancara, Pekanbaru, 28 September 2019.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru?

**D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian****1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.

**2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. Bagi akademis**

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.

**b. Bagi peneliti**

Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai pelayanan karyawannya terhadap kepuasan konsumen.

**E. Metode Penelitian****1. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Bengkel Honda Argo Perkasa yang beralamat: di Jl. Soebrantas Pekanbaru. Penulis memilih lokasi tersebut karena adanya dugaan bahwa terdapat pelayanan jasa servis di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru yang kurang memuaskan sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen.

**2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah Pimpinan, karyawan dan konsumen Bengkel Honda Argo Perkasa. Serta Objek penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam.

**3. Defenisi Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut:

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator
1. Keandalan ( <i>reliability</i> )	Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kedisiplinan</li> <li>• Tanggungjawab</li> <li>• Kemudahan prosedur</li> </ul>
2. Cepat Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	Kemampuan karyawan untuk membantu konsumen dalam menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efisiensi</li> <li>• Kesiapan Karyawan</li> </ul>
3. Jaminan ( <i>assurance</i> )	Mencakup penerarahan dan kemampuan untuk melayani dengan rasa percaya diri.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keamanan</li> <li>• Pengetahuan karyawan</li> <li>• Ketelitian</li> <li>• Kejelasan informasi</li> </ul>
4. Empati	Karyawan harus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sopan santun</li> </ul>

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

( <i>emphaty</i> )	memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keramahan</li> </ul>
5. Kasat Mata ( <i>tangibles</i> )	penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat-alat komunikasi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan akses</li> <li>• Ruang tunggu</li> <li>• Peralatan</li> <li>• Penampilan karyawan</li> </ul>

## 4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bengkel Argo Perkasa yang berjumlah 9.600 orang. Mengingat jumlah konsumen terlalu banyak serta waktu terbatas, maka penulis mengambil metode *Accidental Sampling* yaitu memilih sampel dari orang atau unit yang mudah ditemui dan di jangkau.<sup>19</sup> Untuk mengetahui dan menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus slovin.

<sup>19</sup> Achmad Sani Supriyanto & Masyhuri Machfudz, *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), h. 187.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel yang dicari

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan adalah 10%.

Berdasarkan rumus yang diperoleh jumlah sampel ( $n$ ) untuk berapa banyak jumlah sampel dalam penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 1.000 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.000}{11}$$

$$n = 90,909$$

Untuk memudahkan peneliti, maka sampel yang diambil dengan menggunakan sampel menjadi 100 orang.

Adapun yang menjadi populasi dari karyawan adalah sebanyak 22 karyawan, kemudian peneliti mengambil sampel 3 orang dengan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu.

#### 5. Sumber Data

Data yang di perlukan dalam penelitian ini adalah:

- b. Data Primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>20</sup> Data primer diperoleh langsung dan dikelola oleh penulis dan dalam hal ini berupa data hasil wawancara dan kuesioner yang bersumber dari pihak bengkel dan konsumen bengkel.
- c. Data Sekunder, yaitu data pendukung, dan pelengkap untuk memperkuat data pokok, berupa buku, majalah, dan internet yang berkaitan dengan pelayanan.<sup>21</sup>

#### 6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi, merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang akan diteliti.

<sup>20</sup> Sugiharto, dkk, *Teknik Sampling*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 16.

<sup>21</sup> Achmad Sani Supriyanto & Masyhuri Machfudz, *Op. Cit.*, h. 194.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Wawancara, merupakan interaksi dan komunikasi secara langsung. Tujuannya untuk memperoleh data yang valid dan akurat.
- c. Angket, yaitu dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan yang telah di persiapkan oleh penulis kepada konsumen Bengkel Honda Agro Perkasa.<sup>22</sup>
- d. Dokumentasi, yaitu data yang diperoleh dari referensi-referensi atau interaturra yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## 7. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Deskriptif Kualitatif. Metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Data kualitaitaif berasal dari observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi yang dijelaskan dengan cara menghubungkan antara satu fakta dengan fakta yang lainnya, kemudian data itu di analisis untuk diambil kesimpulan.<sup>23</sup>

Untuk mengukur tingkat tanggapan responden diukur dengan menggunakan skala likert. Skala liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang

<sup>22</sup> Meldona, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Integratif*, (Malang: UIN-Malang Press, 2009), h. 47.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 38.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Selanjutnya, jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- |                      |               |
|----------------------|---------------|
| 1. Sangat Baik       | diberi skor 4 |
| 2. Baik              | diberi skor 3 |
| 3. Tidak Baik        | diberi skor 2 |
| 4. Sangat tidak Baik | diberi skor 1 |

Perhitungan untuk mengetahui skor kriterium dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Range} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Range Skor}}$$

Berdasarkan yang ada diperoleh:

$$\text{Skor tertinggi} : 4 \times 15 \times 100 = 6.000$$

$$\text{Skor Terendah} : 1 \times 15 \times 100 = 1.500$$

Sehingga range untuk hasil survey :



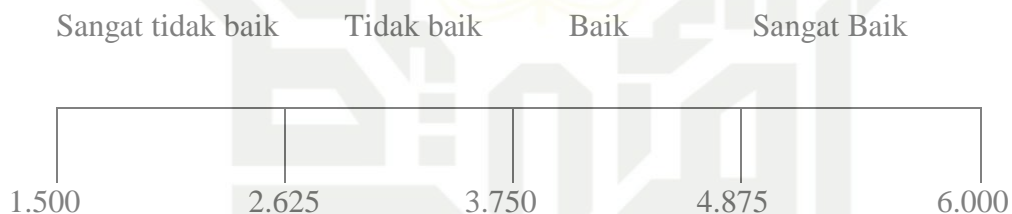
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\text{Range} = \frac{6000 - 1500}{4} = 1.125$$

Skala pembobotan diperoleh sebagai berikut:

1. Skor dari 1.500 sampai dengan 2.625 menunjukkan pencapaian sangat tidak baik.
2. Skor dari >2.625 sampai dengan 3.750 menunjukkan pencapaian tidak baik.
3. Skor dari >3.750 sampai dengan 4.875 menunjukkan pencapaian baik.
4. Skor dari >4.875 sampai dengan 6.000 menunjukkan pencapaian sangat baik.



#### 8. Teknik penulisan Data

Dalam menyusun data yang diperoleh, dilakukan dengan tiga teknik sebagai berikut:

- a. Deduktif, mengumpulkan data-data umum kemudian dianalisis dan diuraikan secara khusus.
- b. Induktif, mengumpulkan data-data khusus kemudian dianalisis kemudian diuraikan secara umum.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Deskriptif, menggambarkan permasalahan secara tepat kemudian dianalisis sesuai data yang di peroleh.

**F. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisannya sebagai berikut:

- |         |  |
|---------|--|
| BAB I   | PENDAHULUAN, Terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik penulisan, dan sistematika penulisan.  |
| BAB II  | GAMBARAN UMUM PT. PERUSAHAAN BENGKEL ARGO PERKASA PEKANBARU, Terdiri dari sejarah singkat Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru, struktur organisasi dan manajemen, aspek kegiatan perusahaan, dan proses pelayanan servis di Bengkel Honda Argo Pekanbaru. |
| BAB III | TINJAUAN TEORI, Terdiri dari kepuasan konsumen, jasa pelayanan, pelayanan dalam perspektif ekonomi Islam.  |
| BAB IV  | HASIL PENELITIAN, Terdiri dari sistem pelayanan karyawan di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru, tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan karyawan di Bengkel Honda   |

Argo Perkasa Pekanbaru, dan pelayanan dalam ekonomi Islam di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.

BAB V                      PENUTUP,    Terdiri    dari    kesimpulan    dan    saran.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PT. PERUSAHAAN BENGKEL ARGO PERKASA PEKANBARU

#### A. Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan PT. Argo Perkasa merupakan perusahaan otomatis yang telah berdiri sejak tanggal 31 Mei 2016 tepatnya di Jl. HR Soebrantas A1-A3, Panam, Kec. Tampan, Riau 28293 dibawah naungan PT. Astra Honda Motor. Dengan owner Charlie Arya, kepala cabang bernama Ermin Wijaya, dan kepala bengkel bernama Maman Suharman serta jumlah karyawan sebanyak 22 orang. Perusahaan ini menawarkan one-stop-solution mencakup penjualan sepeda motor Honda, pengantaran, servis, penjualan part resmi Honda. Misi perusahaan ini adalah memberikan kualitas penjualan dan pelayanan, serta purna-jual yang telaten, ramah, dan cepat. Tim manajemen perusahaan ini terdiri dari SDM yang sudah berpengalaman 40+ tahun.<sup>24</sup>

#### B. Struktur Organisasi dan Manajemen

Dalam proses pengorganisasian, manajer mengalokasikan keseluruhan sumber daya organisasi sesuai dengan rencana yang telah dibuat berdasarkan suatu kerangka kerja organisasi tertentu. Kerangka kerja organisasi tersebut disebut sebagai desain organisasi. Bentuk spesifik dari kerangka kerja

<sup>24</sup> Maman, Kepala Bengkel Honda Argo Perkasa (Via Chat), Wawancara, Pekanbaru, 27 September 2019.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi dinamakan dengan struktur organisasi.<sup>25</sup> Struktur organisasi dapat didefinisikan sebagai mekanisme-mekanisme formal dengan nama organisasi dikelola. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan di antara fungsi-fungsi, bagian-bagian, atau posisi-posisi, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.<sup>26</sup>

Pihak-pihak yang mengelola perusahaan diatur sedemikian rupa dalam suatu struktur organisasi, struktur organisasi merupakan suatu kerangka dasar tertentu yang menunjukkan hubungan satuan organisasi dan individu-individu yang berada di dalam organisasi tersebut. Melalui struktur organisasi maka tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap pejabat dapat diketahui dengan jelas dan tegas, sehingga diharapkan setiap satuan organisasi dapat bekerja sama secara harmonis.

Faktor-faktor Banyak orang percaya, bahwa seorang manajer atau seorang pegawai yang baik, haruslah mampu untuk melaksanakan dengan baik, tanpa memandang struktur organisasi dan lingkungan.<sup>27</sup> Dengan adanya struktur organisasi yang baik, akan menentukan sukses tidaknya perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan, sehingga usaha-usaha yang dilakukan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

<sup>25</sup> Ernie Tisnawati & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 59.

<sup>26</sup> Hani Handoko, *Manajemen Edisi kedua*, (Yogyakarta: BPFE, 2003), h. 169.

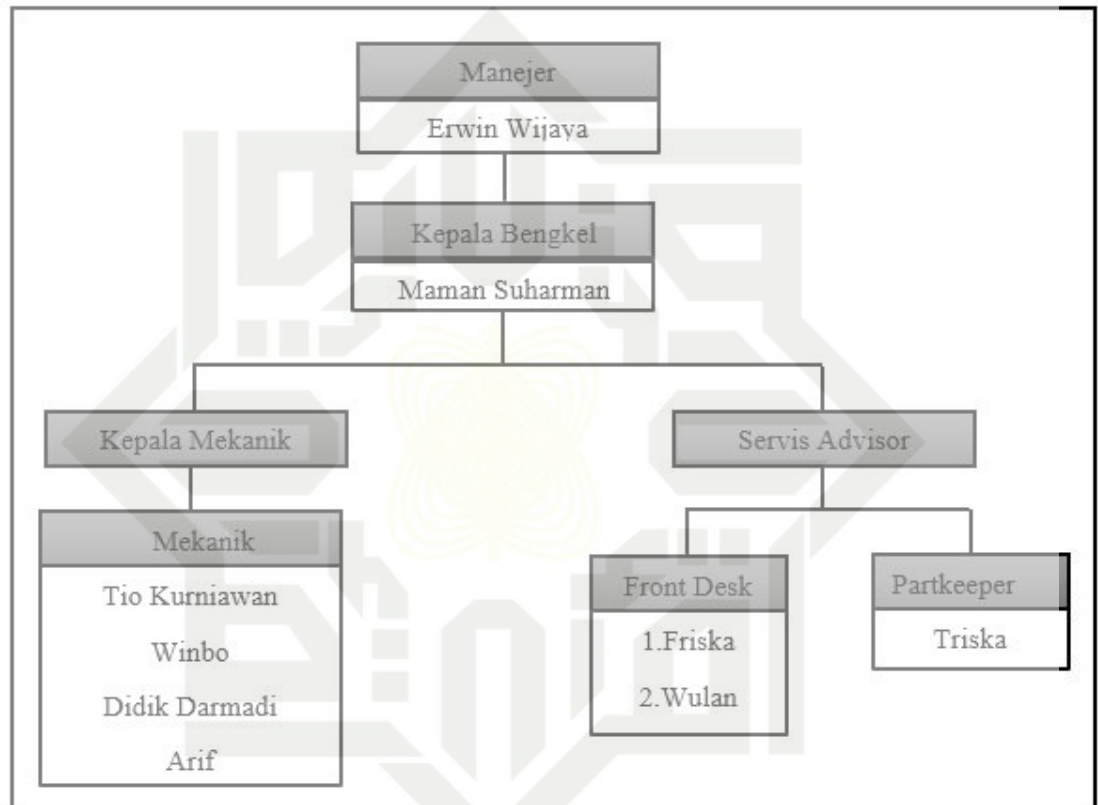
<sup>27</sup> George R. Terry & Leslie W. Rue, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), h. 120.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bengkel Honda Argo Perkasa ini di pimpin oleh seorang Kepala Bengkel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar berikut:

**Gambar 1.1**  
**Struktur Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru**



*Sumber : Kepala Bengkel Agro Perkasa Pekanbaru*

Organisasi yang baik adalah organisasi yang jelas dan teratur sehingga dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya setiap pemangku jabatan memiliki gambaran serta batasan tugas dan tanggung jawab. Berikut ini merupakan pembagian tugas dan tanggung jawab beberapa bagian yang diuraikan sebagai berikut:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Manajer Bengkel, yaitu orang yang dipercaya untuk mengelola perusahaan Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.
2. Kepala Bengkel, bertugas sebagai pengurus serta penanggung jawab segala yang terjadi di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.
3. Mekanik, bertugas melakukan perawatan atau servis sesuai perintah kerja bengkel.
4. *Service Advisor*, bertugas sebagai monitor kinerja karyawan Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.
5. *Frondesk*, bertugas menyambut konsumen yang ingin melakukan servis sepeda motor, mendaftarkan konsumen yang ingin melakukan servis sepeda motor, mendata konsumen, dan membuat laporan penjualan bengkel.
6. *Partkeeper*, bertugas melengkapi stok part, input part masuk dan keluar, order part, dan membuat laporan penjualan part.

**C. Aspek Kegiatan Perusahaan**

Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Penjualan produk kendaraan sepeda motor Honda dengan beberapa tipe motor, seperti Beat, Scoopy, Supra X 125, Revo, dan lain-lain.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Maman, Kepala Bengkel Honda Argo Perkasa (Via Chat), Wawancara, Pekanbaru, 27 September 2019.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Penjualan jasa servis sepeda motor. Penjualan jasa servis merupakan salah satu aktivitas pada perusahaan untuk memberikan kinerja jasa pada konsumennya.
3. Penjualan suku cadang atau *spare part* merk Honda. Selain penjualan sepeda motor dan pelayanan servis, juga tersedia penjualan suku cadang resmi dari Honda, sehingga keaslian dari suku cadang yang ada dijamin oleh Honda.
4. Mempermosikan berbagai jenis produk baru yang dimiliki oleh Honda yang didistribusikan keberbagai bengkel resmi Honda, salah satunya adalah di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru,
5. Melakukan bakti sosial disetiap bulan Ramadhan.<sup>29</sup>

**D. Proses Pelayanan Servis**

Ada beberapa jenis pelayanan servis yang diberikan oleh Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru, yaitu:

1. Servis lengkap, dengan lama waktu pengerjaan yaitu 25-30 menit. Servis lengkap ini meliputi:
  - a. Periksa saluran bahan bakar
  - b. Periksa cara kerja gas tangan
  - c. Bersihkan pernapasan bak mesin
  - d. Ganti busi
  - e. Periksa jarak renggang klep

---

<sup>29</sup> *Ibid.*,



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Ganti oli mesin
  - g. Periksa putaran stasioner mesin
  - h. Periksa baterai (khusus tipe ISS)
  - i. Periksa drive belt
  - j. Ganti oli gear transmisi
  - k. Periksa minyak rem
  - l. Periksa keausan kampas rem
  - m. Periksa sistem rem
  - n. Periksa cara kerja kunci rem
  - o. Periksa arah sinar lampu depan
  - p. Periksa keausan kampas kopling
  - q. Periksa standar samping
  - r. Periksa suspensi
  - s. Periksa mur, baut, pengencang
  - t. Periksa roda/ban.<sup>30</sup>
2. Servis ringan, dengan lama waktu pengerjaan yaitu 15 menit. Servis ringan ini meliputi:
    - a. Periksa jarak renggang klep
    - b. Ganti oli mesin
    - c. Periksa putaran stasioner mesin
    - d. Periksa baterai (khusus tipe ISS)

---

<sup>30</sup> *Ibid.*,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Periksa sistem rem
  - f. Periksa cara kerja kunci rem
  - g. Periksa mur, baut pengencang.
3. Ganti oli plus, dengan lama waktu pengerjaan yaitu 5-10 menit. Servis ini meliputi:
    - a. Ganti oli
    - b. Pemeriksaan lampu-lampu (pelistrikan)
    - c. Periksa bagian stang
    - d. Periksa bagian angin
    - e. Penyetelan rantai bagi non matic.
  4. Overhol, dengan lama waktu pengerjaan yaitu 5 jam. Servis overhol ini meliputi:
    - a. Bongkar mesin
    - b. Penggantian piston
    - c. Penggantian blok piston.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> *Ibid.*,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### TINJAUAN TEORI

#### A. Kepuasan Konsumen

##### 1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen telah menjelma menjadi kosa kata wajib bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, konsultan bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis dan dalam konteks tertentu, para brokbrat dan politisi. Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Ini sebetulnya tidaklah mengherankan karena hasil studi berkesinambungan di bidang pemasaran menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan ukuran-ukuran kinerja finansial, seperti margin operasi, *Return On Investment* (ROI), dan laba akuntansi. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap *shareholder value*, walaupun dampaknya bervariasi antar industri dan antar perusahaan.<sup>32</sup>

Umunya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 196.

<sup>33</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 38.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manfaat-manfaat spesifik kepuasan konsumen meliputi:

- a. Berdampak positif terhadap loyalitas konsumen
- b. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*
- c. Menekan biaya transaksi konsumen di masa depan, terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan konsumen
- d. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan
- e. Meningkatkan toleransi harga, terutama kesediaan konsumen untuk membayar harga premium dan konsumen cenderung tidak mudah teralih pemasok
- f. Menumbuhkan rekomendasi getok tular positif
- g. Konsumen cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan
- h. Meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.<sup>34</sup>

Sebagai kriteria dasar dalam memaksimalkan nilai, konsumen memiliki harapan atas nilai yang akan didapatkan. Terhadap penawaran yang telah dipilihnya, akan dievaluasi apakah memenuhi harapannya itu

---

<sup>34</sup> *Ibid.*,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau tidak. Hasil evaluasi ini nantinya akan memengaruhi kepuasan dan peluang untuk membeli ulang. Adapun harapan konsumen tersebut berbentuk dari pengalamannya sendiri dengan situasi yang sama, rekomendasi dari teman atau lembaga (media massa, para pakar, pemerintah, lembaga konsumen, dan lain-lain), serta janji dan informasi dari pemasar dan pesaingnya. Dengan demikian, kepuasan konsumen akan tercapai bila setelah mengkonsumsi suatu barang atau jasa, hasil yang dirasakan konsumen memenuhi atau melampaui harapannya.<sup>35</sup>

Kepuasan konsumen dihasilkan dari interaksi konsumen dengan perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman konsumen yang lebih baik akan mengarah pada tingkat kepuasan dan kesetiaan konsumen yang lebih baik.<sup>36</sup>

## 2. Konsep Mengenai Konsumen

Kepuasan pelanggan sudah menjadi semacam mantra ajaib yang dijumpai hampir semua buku teks laris dibidang pemasaran dan perilaku konsumen. Dalam visi dan misi, slogan maupun iklan sebagian besar organisasi bisnis dan non-bisnis, kata kepuasan pelanggan sering kali dijumpai<sup>37</sup>.

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 6-7.

<sup>36</sup> Justin G. Longenecker, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 346.

<sup>37</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), h. 352-353.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemahaman mengenai konsumen mengalami perkembangan dari pandangan tradisional ke pandangan modern. Menurut pandangan tradisional, konsumen suatu perusahaan adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut. Sedangkan pihak yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum tahap proses menghasilkan produk dianggap sebagai pemasok.

Dalam pandangan modern, konsep konsumen mencakup konsumen eksternal dan internal. Konsumen eksternal adalah setiap orang yang membeli produk dari perusahaan. Sedangkan konsumen internal adalah semua pihak dalam organisasi yang sama, yang menggunakan jasa satu bagian/departemen tertentu (termasuk pemroses selanjutnya dalam produksi bertahap). Dengan demikian, pada prinsipnya konsumen adalah orang atau pihak yang dilayani kebutuhannya. Siapa saja dapat menjadi pelanggan, tergantung situasinya. Misalnya atasan memberi perintah atau petunjuk, maka bawahan adalah pelanggan, karena bawahan memerlukan petunjuk yang jelas dan berkualitas dalam melaksanakan tugasnya. Sebaliknya bila bawahan mengerjakan tugas untuk kemudian dilaporkan keatasan, maka atasanlah yang menjadi pelanggan, karena atasan memiliki kebutuhan akan hasil kerja yang baik yang diharapkan dapat memberi oleh bawahannya.<sup>38</sup>

<sup>38</sup> Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, h. 5-6.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Manfaat Perusahaan Dalam Memperhatikan Kepuasan Konsumen

Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan konsumennya akan memperoleh beberapa manfaat pokok, yaitu:

- a. Reputasi perusahaan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya.
- b. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- c. Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang akan membeli dan menggunakan produk perusahaan.
- d. Meningkatkan volume penjualan dan keuntungan.
- e. Hubungan antara perusahaan dan para konsumennya menjadi harmonis.
- f. Mendorong setiap anggota organisasi untuk bekerja dengan tujuan serta kebanggaan yang lebih baik.
- g. Menekan biaya melayani konsumen sebagai dampak faktor familiaritas dan relasi khusus dengan konsumen.
- h. Terbukanya peluang melakukan penjualan silang produk.<sup>39</sup>

### 4. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Prinsip dasar yang melandasi pentingnya pengukuran kepuasan konsumen adalah “ *doing best waht matters to customers*” (melakukan yang terbaik aspek-aspek terpenting bagi konsumen). Secara garis besar,

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, h. 7.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ada empat metode yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yakni:

- a. Sistem keluhan dan saran, seperti kotak saran dilokasi-lokasi strategis, kartu pos berprangko, saluran telepon bebas pulsa, *website*, *email*, *fax*, *blog*, dan lain-lan.
- b. *Ghost shopping*, yaitu salah satu bentuk riset observasi partisipatoris yang memakai jasa orang-orang yang ‘menyamar’ sebagai konsumen perusahaan dan pesaing sembari mengamati secara rinci aspek-aspek layanan dan kualitas produk.
- c. *Lost customer analysis*, yakni menghubungi atau mewawancarai para konsumen yang telah beralih pemasok dalam rangka memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan layanan.
- d. Survei kepuasan konsumen, baik via pos, telepon, email, website, blog, maupun tatap muka langsung. Hingga saat ini survei merupakan metode yang paling populer dan berkembang pesat dalam literatur pengukuran kepuasan konsumen.<sup>40</sup> Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

#### 1) *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan-pertanyaan pada skala tertentu, seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

<sup>40</sup> Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, h. 175.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2) *Derived Satisfaction*

Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.

## 3) *Problem Analysis*

Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.

## 4) *Importance-Performance Analysis*

Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dan penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.<sup>41</sup>

## 5. Analisis Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah pelayanan produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya. Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami pelayanan sebuah perusahaan yang sesuai

<sup>41</sup> Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Op. Cit.*, h. 316-319.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui.<sup>42</sup>

Menurut Kotler (1997), ciri-ciri konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut:

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli merek lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.<sup>43</sup>

<sup>42</sup><https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-kesehatan-olahraga/article/download/8461/8580&ved=2ahUKEwi734Wxo-1IAhZWX0KHWYXDnKQFJADegQIAxAB&usg=AOvVaw3g89B4zxRv8RYS-pf0SLSh>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2019.

<sup>43</sup>[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://jurnal3.steisemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/download/111/85/&ved=2ahUKEwi3\\_vWn0bLmAhUH63MBHekWAo8QFjABegQIBRAB&usg=AOvVaw36jGB7G5eLys8YJRvWs9Jo](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://jurnal3.steisemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/download/111/85/&ved=2ahUKEwi3_vWn0bLmAhUH63MBHekWAo8QFjABegQIBRAB&usg=AOvVaw36jGB7G5eLys8YJRvWs9Jo), diakses pada tanggal 13 Desember 2019.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Jasa Pelayanan

### 1. Pengertian Jasa

Dalam bahasa Indonesia, *service* bisa diterjemahkan sebagai jasa layanan, dan servis, tergantung pada konteksnya. Keanekaragaman makna dalam hal pemakaian istilah *service* juga dijumpai dalam literatur manajemen. Kendati demikian, secara garis besar konsep “*service*” mengacu pada tiga lingkup definisi utama: industri, output atau penawaran, dan proses (Johns, 1999).

Dalam konteks industri, istilah jasa digunakan untuk menggambarkan berbagai sub-sektor dalam kategorisasi aktivitas ekonomi, seperti transportasi, finansial, perdagangan ritel, personal *services*, kesehatan, pendidikan dan layanan publik. Dalam lingkungan penawaran, jasa dipandang sebagai produk *intangible* yang outputnya lebih berupa aktivitas ketimbang objek fisik, meskipun dalam kenyataannya banyak pula jasa yang melibatkan produk fisik (contohnya makanan di restoran dan pesawat di jasa penerbangan). Sebagai proses, jasa mencerminkan penyampaian jasa inti, interaksi personal, kinerja (*performance*) dalam arti luas (termasuk di dalamnya drama dan keterampilan), serta pengalaman layanan.<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Op. Cit.*, h. 12.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>45</sup>

Jasa bisa berupa suatu pelayanan yang diberikan dari pihak perusahaan terhadap konsumen atau mereka yang memerlukan pelayanan.<sup>46</sup> Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kesat mata dari satu pihak ke pihak yang lain. Pada umumnya, jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Aspek suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola ketiga aspek berikut:

- a. Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan.
- b. Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut.
- c. Kemampuan karyawan menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan.<sup>47</sup>

Mempelajari tingkat pengetahuan konsumen tentang produk juga sangat penting. Dengan mengetahui tingkat pengetahuan, dan keyakinan

<sup>45</sup> Arman Hakim Nasution, Indung Sudarso, Lantip Trisunarno, *Manajemen Pemasaran Untuk Engineering*, (Yogyakarta: ANDI, 2006), h. 121.

<sup>46</sup> Irham Fahmi, *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.62.

<sup>47</sup> Jbptunikompp-gdl-s1-2007-dedenrikin-6287-bab-2.pdf, diakses pada tanggal 12 Oktober 2019.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan, maka hal tersebut akan memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli.<sup>48</sup>

## 2. Pengertian Pelayanan

Menurut Phillip Kotler, pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan, pelayanan adalah jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>49</sup>

Layanan umum yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dari 3 macam, yaitu:

### a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang Hubungan Masyarakat (HUMAS), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Adapun syarat-syarat

<sup>48</sup> Damiaati, Dkk, *Perilaku Konsumen* (Depok: Rajawali Pers, 2017), Cet-1, h.3.

<sup>49</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Dasa-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 143.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan agar layanan lisan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, sebagai berikut:

- 1) Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya. artinya, jika ia menjadi petugaspada suatu stand pameran barang-barang hasil tambang, ia harus menguasai masalah-masalah tambang, meskipun pada garis beras saja. Demikian juga ia menjadi tugas pada stand barang-barang hasil industri mobil, ia harus menguasai masalah-masalah yang berkaitan dengan industri permobilan secara garis besar.
  - 2) Mampu memberikan penjelasan apa yang perlu dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.
  - 3) Bertingkah laku sopan dan ramah.
  - 4) Meski dalam keadaan sepi tidak ngobrol dan bercanda dengan teman, karena menimbulkan kesan tidak disiplin melalaikan tugas. Tamu menjadi segan untuk bertanya dengan memutuskan keasikan ngobrol.
  - 5) Tidak melayani orang-orang yang ingin sekedar ngobrol dengan cara yang sopan.
- b. Layanan melalui tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, tidak hanya dari segi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Apalagi kalau diingat bahwa sistem layanan pada abad informasi ini, menggunakan sistem layanan jarak jauh dalam bentuk tulisan. Pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang harus diperhatikan ialah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun dalam proses penyelesaiannya (pengetikan, penandatanganan, dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

Layanan tulisan terdiri dari atas dua golongan, pertama layanan berupa petunjuk, informasi dan yang sejenis ditujukan pada orang-orang yang berkepentingan, agar memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga. Kedua, layanan berupa reaksi tertulis atau permohonan, laporan, keluhan, pemberian/penyerahan, pemberitahuan dan sebagainya.

c. Layanan berbentuk perbuatan

Dalam kenyataan sehari-hari jenis layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan, jadi antara layanan perbuatan dan layanan lisan sering bergabung. Hal ini disebabkan karena hubungan lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan pelayanan secara umum (kecuali yang khusus dilakukan melalui hubungan tulis karena faktor jarak). Hanya titik berat terletak pada perbuatan itu sendiri yang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditunggu oleh orang yang berkepentingan. Jadi tujuan utama orang yang berkepentingan ialah mendapatkan pelayanan dalam bentuk perbuatan atau hasil perbuatan, bukan sekedar penjelasan dan kesanggupan secara lisan. Di sinipun faktor kecepatan dalam pelayanan (pengerjaan) menjadi dambaan setiap orang, disertai dengan kualitas hasil yang memadai.<sup>50</sup>

**3. Etika Pelayanan**

Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etika, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun karyawan dapat saling menghargai. Secara umum etika pelayanan yang dapat diberikan oleh karyawan dalam pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan konsumen seperti selamat pagi, selamat siang, dan selamat sore.
- b. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilakan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
- c. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilakan tamu masuk atau duduk selalu dalam ramah dan murah senyum.
- d. Bertanya tentang keperluan konsumen, secara ramah, sopan, dan lemah lembut.

<sup>50</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 190-



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Biasakan dan mulailah mengucapkan tolong dan maaf untuk menyuruh konsumen mengisi formulir atau menunggu sesaat.
- f. Ucapkan kata terimakasih apabila konsumen memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.

Dalam uraian diatas telah dibahas mengenai bagaimana etika tersebut seharusnya dilakukan. Tujuannya tidak lain adalah agar pelayanan yang diberikan kepada setiap tamu atau calon pelanggan menjadi lebih optimal, sehingga tujuan perusahaan secara keseluruhan dapat tercapai. Dalam praktiknya terdapat beberapa larangan dalam etika pelayanan, yaitu:

- a. Dilarang berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja dan saat melayani konsumen.
- b. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil makan, minum, atau merokok atau mengunyah sesuatu seperti permen karet.
- c. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil ngobrol atau bercanda dengan karyawan yang lain dalam kondisi apapun.
- d. Dilarang menampilkan wajah cemberut, memalas, atau sedih di depan konsumen atau tamu.
- e. Dilarang untuk berdebat atau berusaha menyanggah konsumen secara kasar atau tidak sopan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Dilarang meninggalkan konsumen pada saat banyak konsumen yang harus dilayani.
- g. Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara maupun kata-kata.
- h. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada konsumen.<sup>51</sup>

**4. Kualitas Pelayanan**

Menurut Oliver, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan suatu reaksi kognitif atau efektif yang muncul sebagai respon atau suatu kelompok jasa pelayanan. Anderson juga menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Ia menyatakan bahwa perbaikan kualitas pelayanan akan menghasilkan kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, hubungan tersebut harus ditingkatkan.

Pengaruh kualitas pelayanan semakin meningkatkan keuntungan dan finansial melalui penciptaan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen adalah meningkatkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan konsumen dan image keseluruhan organisasi.

Kualitas pelayanan sebagai sumber keunggulan kompetitif memiliki peran dalam perbaikan pelayanan terhadap konsumen dan menghindari masalah-masalah potensial yang muncul.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 196-198.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa, fleksibilitas respons terhadap perubahan permintaan pasar. Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan. Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dari kepuasan pelanggan dan ini merupakan pekerjaan setiap orang (karyawan).

Sejumlah atribut kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pengguna jasa adalah sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu pelayanan, yaitu kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang cepat sehingga dapat menimbulkan waktu tunggu bagi konsumen.
- b. Akurasi pelayanan, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan reabilitas pelayanan, tanggung jawab dan bebas dari kesalahan-kesalahan.

<sup>52</sup> Lina Anatan, *Service Excellence Competing Through Competitiveness*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 70.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi karyawan yang berada digaris depan yang secara langsung berinteraksi dan melayani konsumen.
- d. Kelengkapan, yaitu ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya, seperti buku pedoman, denah, dan sebagainya.
- e. Kemudahan mendapatkan pelayanan, seperti *outlet*, cukupnya karyawan yang melayani, administrasi, fasilitas pendukung, seperti komputer untuk memproses data dan lain-lain.
- f. Variasi model pelayanan, yang berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan.
- g. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi, dan sebagainya.
- h. Pelayanan pribadi, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan khusus.
- i. Pendukung pelayanan, seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu yang sejuk, nyaman, indah, dan lain-lain.<sup>53</sup>

**5. Pelayanan Prima**

Layanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan value perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya layanan sebagai standar sikap orang didalam perusahaan. Budaya

<sup>53</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 91-92.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

layanan yang dilakukan secara terintegrasi akan menciptakan nilai-nilai layanan, yang akan mempengaruhi tingkat pengulangan pelanggan dalam membeli produk.

Layanan prima terbayar karena menciptakan konsumen yang loyal, yaitu konsumen yang senang karena mereka memilih perusahaan setelah merasakan pengalaman layanan, konsumen yang akan menggunakan perusahaan kembali, dan mempromosikan perusahaan tersebut kepada konsumen lainnya. Konsumen yang loyal merupakan sebuah anuitas, dimana mereka akan terus memberikan pemasukan kepada kas perusahaan.

Salah satu Implementasi operasional layanan sehari-hari, dikenal dengan konsep *Service Quality*. Konsep ini diperkenalkan oleh A. Parasuraman, Leonard L. Berry, dan Valarie A. Zeithami untuk menganalisis sejauh mana tingkat layanan yang telah diberikan kepada pelanggan. *Service Quality* adalah salah satu konsep layanan perusahaan yang dapat diandalkan untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

*Service Quality* terdiri dari lima elemen, yaitu:

#### a. Dimensi *Reability*

Merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat kepada konsumen.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Dimensi *Assurance*

Merupakan dimensi yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan kepercayaan di mata konsumen melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani.

c. Dimensi *Tangible*

Merupakan dimensi yang menggambarkan segala sesuatu yang bersifat *tangible* dan memengaruhi kualitas layanan kepada konsumen seperti kerapihan tempat kerja, kelengkapan fasilitas bagi konsumen dan penampilan fisik staf.

d. Dimensi *Emphaty*

Merupakan dimensi yang menggambarkan perhatian perusahaan kepada konsumennya.

e. Dimensi *Responsiveness*

Merupakan dimensi yang menggambarkan bentuk tindakan yang responsif dan tepat waktu kepada konsumen. Untuk mengevaluasi dimensi *responsiveness*, ada beberapa hal yang harus dievaluasi oleh perusahaan, seperti keingintahuan terhadap kesulitan yang dihadapi konsumen, kesanggupan, dan jenis bantuan yang dapat diberikan ke konsumen.<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Hermawan Kartajaya, *The Official MIM Academy Coursebook Service Operation*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 2-11.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam sebagai agama yang universal dan komprehensif. Universal berarti bahwa Islam diperuntukkan bagi seluruh umat manusia dimuka bumi dan dapat diterapkan disetiap waktu dan tempat sampai akhir zaman. Sedangkan komprehensif artinya bahwa Islam mempunyai ajaran yang lengkap dan sempurna.

Allah swt telah menjelaskan di dalam al-Qur'an bahwa manusia diperintahkan untuk bersifat ramah tamah, lemah lembut, dan sopan santun saat berbicara, terutama dalam melayani nasabah atau pelanggan. Karena baik atau buruknya perilaku bisnis akan sangat menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Ali-Imran:159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkan ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakal kepada Allah. Sungguh, orang menyukai orang yang bertawakal.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Al-Qur'an & Terjemahan, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 71.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Islam juga mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik, baik berupa barang maupun jasa, maka hendaknya memberikan barang atau jasa yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Infakan lah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk-buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah Allah Mahakaya, Mahaterpuji.<sup>56</sup>

Perkataan yang tidak sopan yang dapat menyebabkan orang lain tersinggung dan sakit hati adalah buah dari lisan atau lidah seseorang yang tidak pandai menggunakannya. Dalam hal melayani dianjurkan untuk bersikap dan berakhlak yang mulia, karena pelanggan merupakan raja yang ingin dilayani dengan baik dan santun. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. As-Syuara': 84

وَأَجْعَلْ لِي لِسَانَ صِدْقٍ فِي الْآخِرِينَ

<sup>56</sup> Ibid., h. 45.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: Dan jadikanlah aku buah tutur yang baik bagi orang-orang (yang datang) kemudian.<sup>57</sup>

Memperlakukan pelanggan dengan adil merupakan perlakuan pelayanan yang dituntut etika bisnis dalam Islam. Dalam melaksanakan pelayanan kepada orang lain harus bersih tanpa adanya pungutan lebih dari biaya yang harus dikeluarkan untuk pelayanan administrasi yang cepat. Allah swt melaknat dengan siksaan yang pedih bagi orang-orang yang memanfaatkan hal yang benar. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Muthaffifin: 1-6

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (1) (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan (2) Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain) mereka mengurangi (3) Tidaklah mereka itu mengira bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan (4) Pada suatu hari yang besar (5) (Yaitu) pada hari ketika semua orang bangkit menghadap Tuhan seluruh alam (6).<sup>58</sup>

Ayat ini menjelaskan tentang celaan bagi orang-orang yang melakukan kecurangan. Dalam melakukan transaksi, kepercayaan pelanggan harus diutamakan. Dalam bisnis, seorang muslim dituntut untuk

<sup>57</sup> Ibid., h. 367.

<sup>58</sup> Ibid., h. 587.

tidak melakukan kecurangan dan penipuan. Karena dalam Islam kecurangan dan penipuan termasuk salah satu substansi yang kotor dan harus di jauhi, karena melanggar etika dalam Islam.<sup>59</sup>



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>59</sup> Muhklisin, “Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Ridho Servis Kota Bangun Kampar Menurut Tinjauan Ekonomu Islam”, Skripsi di Fakultas Syariah dan Hukum, (Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, 2015), h. 36, t.d.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan karyawan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru dari segi kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan konsumen terlaksana pada dengan baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru pada segi keandalan (*reliability*) diperoleh nilai skor keseluruhan sebesar 958 termasuk dalam kategori baik, untuk segi cepat tanggap (*responsiveness*) diperoleh nilai skor keseluruhan sebesar 636 termasuk dalam kategori baik, jaminan (*assurance*) diperoleh nilai skor keseluruhan sebesar 1.292 termasuk dalam kategori baik, empati (*emphaty*) diperoleh nilai skor keseluruhan sebesar 650 termasuk dalam kategori baik, dan untuk kasat mata (*tangibles*) diperoleh nilai skor keseluruhan sebesar 1.244 termasuk dalam kategori baik. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru memperoleh angka 4.780 termasuk dalam kategori baik.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap pelayanan jasa servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru dari segi keandalan, jaminan, dan empati sudah terlaksana dengan baik, seperti keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen. Namun dari segi *responsiv* dan *tangibles* belum sepenuhnya terlaksana dengan baik, seperti kurangnya peralatan yang dibutuhkan karyawan bengkel serta kurangnya efesien waktu karyawan dalam melayani konsumen yang melakukan servis sehingga perlu diperbaiki dan ditingkatkan lagi.

**B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Bengkel Argo Perkasa Pekanbaru. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bengkel Argo Perkasa Pekanbaru diharapkan dapat melengkapi peralatan-peralatan yang dibutuhkan, serta lebih meningkatkan lagi kualitas kinerja karyawan, agar mendapatkan hasil kinerja yang lebih memuaskan bagi konsumen. Pihak Bengkel juga diharapkan agar tetap menjaga kesopanan dalam melayani konsumen serta melengkapi segala fasilitas yang belum dimiliki, karena jika semua fasilitas sudah lengkap, maka hal tersebut akan mendukung karyawan dalam bekerja sehingga konsumen akan lebih puas dengan pelayanan yang diberikan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kepada konsumen diharapkan dapat memberikan masukan dan kritisi terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan.



# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an & Terjemahan*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.

Anatan, Lina. 2008. *Service Excellence Competing Through Competitiveness*. Bandung: Alfabeta.

C. Mowen, John, Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Damiati, Dkk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers.

E. Porter, Michael. 2010. *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.

Fahmi, Irham. 2014. *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

G. Longenecker, Justin. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

Hakim Nasution Arman, Indung Sudarso, Lantip Trisunarno 2006. *Manajemen Pemasaran Untuk Engineering*. Yogyakarta: ANDI.

Handoko, Hani. 2003. *Manajemen Edisi kedua*. Yogyakarta: BPFE.

Hasanah, Mamluatul. 28 September 2019. *Wawancara*. Pekanbaru: Konsumen.

Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnalkesehatanolahraga/article/download/8461/8580&ved=2ahUKEwi734WxofAhZWX0KHWYXDnKQFJADegQIAxAB&usg=AOvVaw3g89B4zxRv8RYs-pf0SLSh>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2019.

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://jurnal3.steisemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/download/111/85/&ved=2ahUKEwi3\\_vWn0bLmAhuH63MBHekWAo8QFjABegQIBRAB&usg=AOvVaw36jGB7G5eLys8YJRvWs9Jo](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://jurnal3.steisemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/download/111/85/&ved=2ahUKEwi3_vWn0bLmAhuH63MBHekWAo8QFjABegQIBRAB&usg=AOvVaw36jGB7G5eLys8YJRvWs9Jo), diakses pada tanggal 13 Desember 2019.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://eprints.uny.ac.id/15806/1/skripsi%2520fix%2520Riyanto.pdf&ved=2ahUKEwjP0MT38dfnAhVk>





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

[xjgGHaYmAnQQFjADegQIBhAC&usg=AovVaw2E-akNu9tEEygEOEDdA-j4](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://airkusa.ja.blogspot.com/2012/01/kualitaspelayanan.html%3Fm%3D1&ved=2ahUKEwjXyfT2junAhWMYzgGHesqBXIQFjABegQICRAB&usg=AovVaw0BAUBz-cYawGIRagec6lXX), diakses tanggal 23 februari 2020.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://airkusa.ja.blogspot.com/2012/01/kualitaspelayanan.html%3Fm%3D1&ved=2ahUKEwjXyfT2junAhWMYzgGHesqBXIQFjABegQICRAB&usg=AovVaw0BAUBz-cYawGIRagec6lXX>, diakses tanggal 23 februari 2020.

Hayani, Nurrahmi. 2014. *Pengantar Manajemen*. Pekanbaru: Benteng Media.

Jbptunikompp-gdl-s1-2007-dedenrikin-6287-bab-2.pdf, diakses pada tanggal 12 Oktober 2019.

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.

Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kartajaya, Hermawan. 2009. *The Official MIM Academy Coursebook Service Operation*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, Kevin Lana Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Terjemahan Oleh Benyamin Molan*. Jakarta: Indeks.

Kurniawan, Tio. 29 Januari 2020. *Wawancara*. Pekanbaru: Kepala Mekanik.

Malayu S.P. Hasibuan. 2005. *Dasa-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Meldona. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Integratif*. Malang: UIN-Malang Press

Moenir. 2015. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia Cet-11*. Jakarta: Bumi Aksara.

Muhammad. 1999. *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Muhklisin. 2015. *Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Ridho Servis Kota Bangun Kampar Menurut Tinjauan Ekonomu Islam*, Skripsi di Fakultas Syariah dan Hukum. Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, t.d.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Peter, J.Paul, Jerry C,Olcon. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi-2*. Jakarta: Selemba Empat.
2. Rivai Zainal, Veithzal, DKK. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
3. R. Terry George & Leslie W. Rue. 2015. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
4. Sani Supriyanto Achmad & Masyhuri Machfudz. 2010. *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN-Maliki Press.
5. Sugiharto, dkk. 2001. *Teknik Sampling*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
6. Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
7. Suharman, Maman. 27 September 2019. *Wawancara*. Pekanbaru: Kepala Bengkel Honda Argo Perkasa (Via Chat).
8. Tisnawati Ernie & Kurniawan Saefullah. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.
9. Tjiptono Fandy& Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi Ketiga*. Yogyakarta: ANDI.
10. Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.
11. Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
12. Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
13. Wibisono, Demawan. 2011. *Manajemen Kinerja Korporasi dan Organisasi: Panduan Penyusunan Indikator*. Jakarta: Erlangga.

## DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru?
2. Bagaimana struktur organisasi Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru?
3. Bagaimana proses pelayanan servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru?
4. Apakah proses pelayanan servis sepeda motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru berjalan sesuai dengan standar?
5. Apakah sarana yang dimiliki pihak bengkel sudah memadai?
6. Bagaimana kecepatan dan ketepatan pelayanan yang dilakukan karyawan ?
7. Apa latar belakang pendidikan karyawan bengkel?
8. Bagaimana sikap karyawan dalam melayani konsumen?
9. Bagaimana cara pihak bengkel membuat konsumen merasa nyaman?
10. Apakah terdapat hambatan atau halangan dalam melakukan pelayanan servis sepeda motor?

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KOESIONER PENELITIAN

### A. Pendahuluan

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas Bapak/Ibu/Saudara/i. Karena angket ini semata-mata untuk kepentingan penelitian di Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam rangka penyusunan Skripsi. Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian angket ini saya ucapkan terimakasih.

### B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Pekerjaan :
4. Umur :

### C. Petunjuk Koesioner

Pilih salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i anggap benar dengan menceklis (✓) sesuai dengan ketentuan dibawah ini:

1. Sangat Tidak Setuju : STS
2. Tidak Setuju : TS
3. Setuju : S
4. Sangat Setuju : SS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## KOESIONER PENELITIAN

### Keandalan (*Reliability*)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Karyawan bengkel disiplin dan serius dalam melayani konsumen.				
2	Karyawan bengkel bertanggungjawab dalam menjalankan pekerjaannya.				
3	Prosedur pelayanan di Bengkel Argo mudah.				

### Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Waktu pelayanan yang dilakukan karyawan cepat.				
2	Karyawan bengkel selalu siap melayani setiap konsumen yang datang.				

### Jaminan (*Assurance*)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Karyawan bengkel mengetahui cara untuk memperbaiki kerusakan kendaraan konsumen.				
2	Pelayanan yang diberikan pihak bengkel memberikan rasa aman kepada konsumen.				
3	Karyawan bengkel teliti dalam menjalankan tugasnya.				
4	Informasi yang disampaikan karyawan mengenai servis kendaraan dapat dipahami.				



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Empati (*Emphaty*)**

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Karyawan bengkel memiliki sopan santun yang baik.				
2	Karyawan bengkel ramah dalam melayani konsumen.				

**Kasat Mata (*Tangibles*)**

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Lokasi menuju Bengkel Argo mudah diakses.				
2	Bengkel Argo memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman.				
3	Bengkel Argo memiliki peralatan yang lengkap.				
4	Karyawan bengkel terlihat rapi dan menarik dalam berpakaian.				

UIN SUSKA RIAU





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/10164/2019

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini  
menegaskan bahwa :

Nama : RISMAWATI  
N I M : 11625203770  
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

**UJIAN KOMPREHENSIF**

Yang diselenggarakan pada tanggal : 5 DESEMBER 2019

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 26 Desember 2019

Dekan,



Dr. Dis. H. Hajar, M.Ag  
NIP. 195807121986031005



# PEMERINTAH PROVINSI RIAU

## DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



032010

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/28904  
TENTANG

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Jn.04/F.PP.00.9/9666/2019 Tanggal 11 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama	: RISMAWATI
2. NIM / KTP	: 11626203770
3. Program Studi	: EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang	: S1
5. Alamat	: PEKANBARU
6. Judul Penelitian	: <b>TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA SERVIS SEPEDA MOTOR DI BENGKEL HONDA ARGO PERKASA PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM</b>
7. Lokasi Penelitian	: PT. PERUSAHAAN BENGKEL ARGO PERKASA

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 17 Desember 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Perusahaan Bengkel Argo Perkasa
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
3. Dilarang mengutip tidak mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Un.04/F.I/PP.01.1/9187/2019

Pekanbaru, 14 November 2019

Penting

Pembimbing Skripsi

Kepada

Yth. Nurnastina, SE, M.Si

Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warhmatullahi wabarakatuh

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi :

Nama : Rismawati

NIM : 11625203770

Jurusan : Ekonomi Syariah SI

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi skripsi. Sebagai bahannya kami kirimkan proposal penelitian dimaksud dengan judul : "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah"

Demikian disampaikan, terima kasih.

UIN SUSKA RIAU



a.n. Dekan

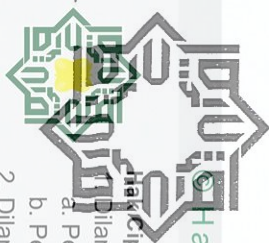
Wakil Dekan I

Ors. Heri Sunandar, Mcl

NIP. 19660803 199303 1 004

Tembusan.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

1. NAMA : Rismawati
2. NOMOR MAHASISWA : 11625203770
3. JUDUL USUL PENELITIAN : Tingkat kepuasan konsumen terhadap kineja jasa serius sepeda motor dibengkel honda agro perkasa pekanbaru menurut ekonomi islam
4. Hari/Tgl. Diseminarkan : Kamis /31 Oktober 2019
5. Hasil Seminar dirumuskan adalah :
  - a. Judul : Disetujui / ~~Ditolak~~ / ~~Disempurnakan~~
  - b. Latar Belakang Masalah : Jelas/Masih Kabur/~~Perlu Perbaikan~~
  - c. Permasalahan : Jelas / ~~Masih Kabur~~ / ~~Dirumuskan kembali agar menjadi jelas~~
  - d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian : Jelas / ~~Mengambang~~ / ~~Perlu Perbaikan~~
  - e. Kerangka Teoritis (jika ada) : Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan
  - f. Rumusan Hipotesis (jika ada) : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam
  - g. Metode Penelitian : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan
  - h. Daftar Pustaka : Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Dr. Jenita, SE, MM

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar  
Dikonsultasikan dengan WD I

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Proposal dengan judul Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Agro Perkasa Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam, ditulis oleh saudara :

Nama : Rismawati  
NIM : 11625203770  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Diseminarkan pada :  
Hari / Tanggal : Jumat, 1 November 2019  
Narasumber : Dr. Jenita, SE.MM

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Bagian Tata Usaha  
Fakultas Syariah dan Hukum

Erni, S.Sos., MM  
NIP. 19680226 199103 2 002

Pekanbaru, 1 November 2019

Narasumber

Dr. Jenita, SE. MM  
NIP. 196501262014112001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tnahmadani Tanpa. Pekanbaru 28293 P.O. Box 1004 Telp / Fax. 0761 562052  
Web: www.fash.uin-suska.ac.id Email: fash@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 11 Desember 2019

: Us 04/T.I/PP-00.9/9666/2019

: Bisa

: 1 (satu) Proposal

: Mohon Izin Riset

Kepada:

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

Provinsi Riau

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Rismawati  
NIM : 11625203770  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VII (Tujuh)  
Lokasi : PT. Perusahaan Bengkel Argo Perkasa,  
Jl. Soebrantas Panam Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor

Dekan

Dr. Drs/H. Hajar., M.Ag.  
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau



### SURAT KETERANGAN

Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

: **RISMAWATI**  
 : **11625203770**  
 : **EKONOMI SYARIAH**  
 : **TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN**  
**JASA SERVIS SEPEDA MOTOR DI BENGKEL HONDA AGRO**  
**PERKASA PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM**

Pembimbing : **Nurnasrina, SE, M.Si**

Manajemen tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 12 Mei 2020

An. Pimpinan Redaksi



**M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL**

**NIP. 198804302019031010**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama Risma Wati, lahir di Desa Panipahan Kecamatan Pasir Limau Kapas, Kabupaten Rokan Hilir pada tanggal 24 Desember 1998. Anak ke-4 dari 7 bersaudara ini merupakan putri dari pasangan Ayahanda Syamsuddin dan Ibunda Mahani

Jenjang pendidikan penulis dimulai di SDN 006 Panipahan dari tahun 2004-2010, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Mts. Islahiyah Panipahan dari tahun 2010-2013, dan melanjutkan pendidikannya kembali di MA. Ishlahiyah Panipahan dari tahun 2013-2016. Kemudian pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam.

Dalam masa perkuliahan, penulis telah melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di **Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang (KPKNL) Pekanbaru** pada tanggal 17 Juli-31 Agustus 2018, serta melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat atau Kuliah Kerja Nyata (KKN) angkatan ke 43 tahun 2019 di Desa Kerinci Kanan Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak.

Selanjutnya, penulis melakukan penelitian di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru, dan berkat Rahmat dan Karunia Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor di Bengkel Honda Argo Perkasa Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam” dibawah bimbingan Ibu Nurnasrina SE, M.Si. Akhirnya, pada tanggal 04 Mei 2020 penulis dipanggil untuk mengikuti ujian munaqasyah dalam sidang ujian sarjana strata satu (SI) di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan di nyatakan “LULUS” dengan nilai yang sangat memuaskan dan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).